

**PLAN ESTRATEGICO EN EL CONTROL DE INVENTARIOS CON  
TECNOLOGIAS INFORMATICAS DE INGEQUIN SAS**

**LUIS ALFONSO PABON RODRIGUEZ**

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS  
PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
SANTA MARTA D.T.C.H**

**2018**

**PLAN ESTRATEGICO EN EL CONTROL DE CON TECNOLOGIAS  
INFORMATICAS INVENTARIOS DE INGEQUIN SAS**

**LUIS ALFONSO PABON RODRIGUEZ**

**TRABAJO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR AL TÍTULO DE  
PROFESIONAL EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**TUTORA: GISELA CHIQUINQUIRA RODRIGUEZ ESCALANTE  
PROFESIONAL EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS  
PROGRAMA NEGOCIOS INTERNACIONALES  
SANTA MARTA D. T. C. H.  
2018**

## 1 Tabla de contenido

<b>1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL ESCENARIO DE PRACTICAS</b>	5
1.1. INGENIERIA Y EQUIPOS INDUSTRIALES SAS. INGEQUIN SAS.	5
1.1.1. Misión	5
1.1.2. Visión	5
1.1.3. Organigrama	6
1.2. ENERGY & CO SAS ESP	6
1.3. RELACIÓN ENERGY & Co. SAS. ESP. - INGEQUIN SAS	7
<b>2. DIAGNOSTICO</b>	8
<b>3. OBJETIVOS</b>	10
3.1. OBJETIVO GENERAL	10
3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	10
<b>4. REFERENTES TEORICOS</b>	11
4.1. IMPORTACIÓN	11
4.2. GESTIÓN DE COMPRAS	11
4.3. GESTIÓN COMERCIAL	12
4.4. ABASTECIMIENTO	13
4.5. INVENTARIO	13
4.6. CLIENTE	14
4.7. PROVEEDOR	14
4.8. RIESGO ELECTRICO	15
4.9. TRABAJO EN ALTURAS	15
<b>5. PROPUESTA</b>	17
<b>6. PLAN DE ACCIÓN</b>	19
7.1. PLAN DE ACCIÓN	19
7.1. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	21

<b>7. ACTIVIDADES REALIZADAS .....</b>	<b>22</b>
7.1. TABLA DE INVENTARIOS .....	22
7.2. CONTROL DE INVENTARIOS.....	24
7.3. SALDO E INVENTARIOS EXISTENTES .....	25
7.4. SALIDA DE MERCANCIA.....	26
<b>8. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS CRITICO DE LOS RESULTADOS .....</b>	<b>27</b>
<b>9. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....</b>	<b>30</b>
<b>10. ANEXOS .....</b>	<b>32</b>

## 1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL ESCENARIO DE PRACTICAS

### 1.1. INGENIERIA Y EQUIPOS INDUSTRIALES SAS. - INGEQUIN SAS.

*INGEQUIN SAS.* es una compañía que actualmente lleva compitiendo poco más de 20 años de experiencia en la industria de protección industrial en el sector energético colombiano, fundada para satisfacer la demanda de los sectores energéticos del país en el suministro de equipos especializados en riesgo eléctrico y trabajo en alturas, era un mercado que en Colombia para el 2005 aún no estaba saturado por la competencia, es así el éxito de *INGEQUIN SAS.* Que para el año 2009 se comenzaron a realizar las primeras importaciones de equipos especializados ya directamente por parte de la compañía, las contrataciones de recurso humano comenzaron a crecer, de igual forma las ventas de la empresa.

#### 1.1.1. MISIÓN

Ofrecer productos de excelente calidad y precios competitivos, fabricados por compañías reconocidas a nivel nacional e internacional; lo cual hace que mantengamos altos estándares de calidad para nuestros clientes. Nos comprometemos con nuestros colaboradores, creando en ellos dinamismo y forjando su desarrollo personal y profesional, esto nos permite obtener una mejora continua de nuestros procesos.

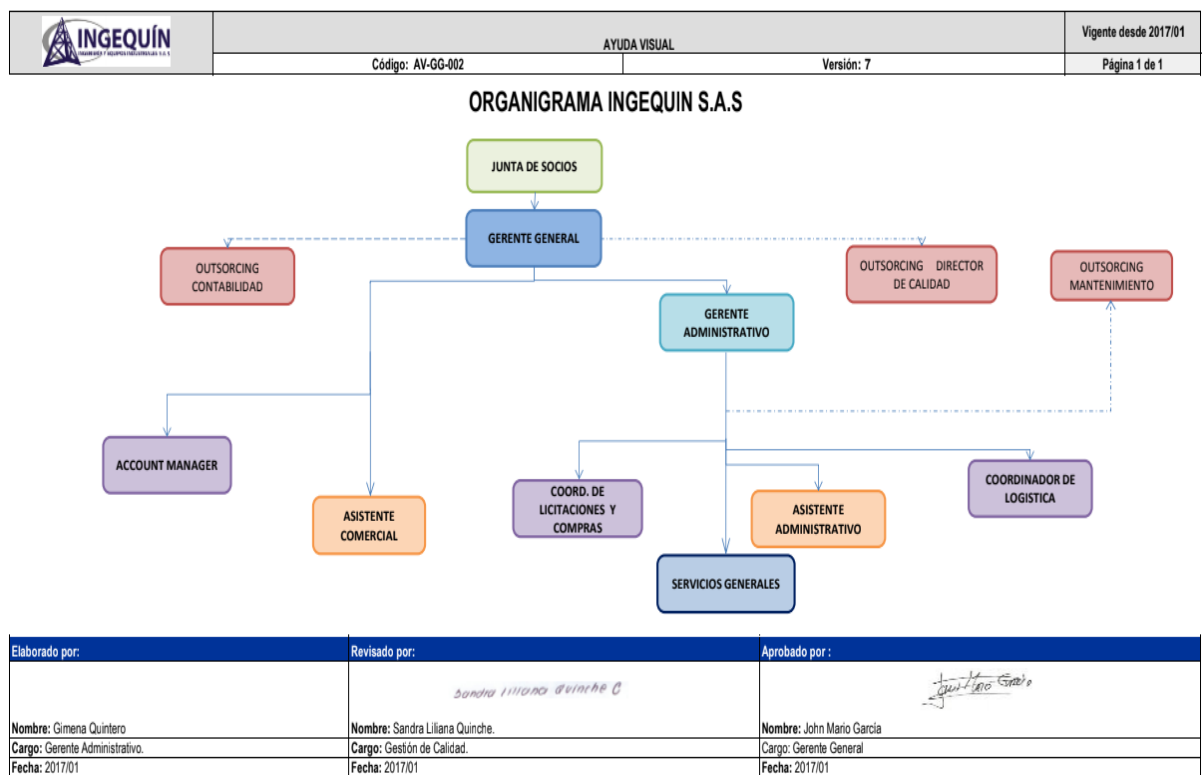
#### 1.1.2. VISIÓN

Ser una empresa líder en ofrecer respuesta inmediata a las necesidades de nuestros clientes en el sector industrial y de ingeniería, comprometidos en satisfacer las demandas del

mercado, mediante la mejora continua de los procesos, lo cual nos permitirá fortalecer las relaciones comerciales y así alcanzar nuevos mercados nacionales e internacionales y para esto continuaremos con la permanente capacitación de nuestros colaboradores, mejorando de esta forma los niveles de rentabilidad y asegurando el camino a un mayor bienestar.

### 1.1.3. ORGANIGRAMA

Mapa 1 Organigrama



*fuentes: Ingeniería y Equipos Industriales SAS. - Ingequin SAS.*

### 1.2. ENERGY & Co. SAS. ESP.

ENERGY & Co. SAS. ESP. Es una compañía de ingeniería y consultoría, especializada en desarrollar proyectos constructivos, energéticos y de infraestructura. Cuenta con un equipo interdisciplinario con más de 20 años experiencia apoyada en la expertis de INGEQUIN SAS.

dentro del sector energético y de infraestructura en Colombia, desarrolla soluciones integrales para el sector industrial. El accionar de compañía se basa en el análisis integral de los componentes técnico, ambiental, operativo, legal, comercial y financiero.

### 1.3. RELACIÓN ENERGY & Co. SAS. ESP. - INGEQUIN SAS.

ENERGY & Co SAS es una compañía dedicada al suministro de proyectos de eficiencia energética, consultoría e ingeniería con más de 5 años en el mercado, compañía aliada de manera comercial y gerencial de INGENIERIA Y EQUIPOS INDUSTRIALES S.A.S. INGEQUIN S.A.S. compañía dedicada a la importación y comercialización de productos especializado en riesgo eléctrico, trabajo en alturas y seguridad industrial en los diferentes sectores energéticos, industriales y comerciales.

ENERGY & Co. SAS. ESP. NIT 900.804.127-2 Tiene por representante legal a GIMENA MARITZA QUINTERO MOLINA. Mientras INGEQUIN SAS. NIT. 900.030.254-7 su representación legal esta a cargo por el ingeniero JOHN MARIO GARCIA ROA, representantes los cuales tienen una sociedad conyugal, que le permite ejercer su autoridad en la jerarquía de cada una de las empresas.

A partir de lo anterior se decide crear un Grupo de alianzas comerciales estratégicas para que de esta manera surja cada una de las compañías individualmente en temas comerciales, pero financiera y administrativamente se manejen las dos compañías con el mismo órgano interno.

## 2. DIAGNÓSTICO.

*INGEQUIN SAS* en la actualidad cuenta con un inventario avaluado en un valor de Mil Setecientos Ochenta y Ocho Millones Seiscientos Ochenta y Dos Mil Doscientos Sesenta y Siete (1.788.682.267) pesos colombianos, los cuales se han acumulado durante los últimos siete años, equipos que no han tenido una rotación efectiva dentro de la industria, se perciben que hay diferentes factores externos como internos que no han permitido el buen desarrollo de las prácticas comerciales dentro de la compañía, evidenciado dentro la matriz DOFA. que permite entrar en contexto con la situación real de la empresa y las falencias evidenciadas.

TABLA 1 Matriz DOFA

MATRIZ DOFA	
INGENIERIA Y EQUIPOS INDUSTRIALES SAS. -INGEQUIN SAS	
DEBILIDADES	FORTALEZAS
•Nueva estructuración organizacional iniciada en el año 2018	•Apertura al dialogo y a la retroalimentación por parte de la gerencia general y administrativa.
•Falencia en el establecimiento de objetivos definidos en el tiempo, realistas y mesurables.	•Motivación y disposición de aprender y enseñar de cada uno de los funcionarios de la compañía.
•Carencia de un desarrollo comercial, faltando estrategias de precio y oportunidades.	•Personal capacitado y con amplia experiencia en el ámbito de los negocios y nuevas herramientas de comercio electrónico.
•Grandes cantidades stock - Capital detenido en bodega	•Capacidad para generar ideas innovadoras.
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
•El mercado deja de ser un océano azul, crece la competencia en la industria.	• Reconocimiento de la imagen por parte de clientes y proveedores
•Deslealtad por parte de la competencia, ofreciendo los equipos más económicos, del margen de ganancia en medio de la industria.	• Innovación en tecnologías.
•Mala actitud de pago por parte de los clientes.	• Amplia gama de productos demandados por parte de los clientes.



• Desinformación de productos por parte de los clientes	• Amplias relaciones con proveedores
---	--------------------------------------

*Fuente: propia*

De esta manera se evidencian las falencias que atañen a la compañía, son en principal medida el abastecimiento, pues hay un estancamiento de liquidez en grandes volúmenes de inventario, evidenciados en la tabla 4 representada en el desarrollo del trabajo, adicional la compañía encuentra la necesidad de generar soluciones, que le brinden soluciones a corto, mediano y largo plazo, tanto en el área comercial (ventas), como en el área de compras y abastecimiento.

Adicionalmente en los registros del inventario hay consignados, 654 referencias distintas de productos, debido a esto el descargue y el control de mercancías en el sistema por parte del el analista de compras tiene falencias, pues, pueden existir errores en la digitación, las cantidades o los precios; Por otro lado, surge la necesidad de encontrar nuevas maneras de promocionar y ofertar este ancho inventario contenido en almacén, para de esta manera generar un flujo más amplio de dinero y haya sostenimiento en términos económicos y financieros para la compañía.

Por esta razón se identifica que para el desarrollo de este proyecto se evidencia que tiene una metodología de aspecto cualitativo, donde las principales partes deciden los pasos a seguir dentro del proceso en medio de la compañía, para realizar este proceso se hace necesario realizar como instrumento dentro del proyecto un focus group con la dirección financiera y la gerencia comercial donde se logren identificar las falencias y las estrategias a desarrollar dentro de la organización para que allá una optima evolución de la misma.

### 3. OBJETIVOS

#### 3.1. OBEJTIVO GENERAL

Implementar un plan estratégico en el control de inventarios con tecnologías informáticas de INGEQUIN SAS

#### 3.2. OBEJTIVOS ESPECIFICOS

- Establecer una herramienta que permita el registro de ingreso y salida de inventario en INGEQUIN SAS.
- Formular una estrategia de comercialización relacionado con las estrategias de precio y promoción para la salida de inventario represado que se encuentra en la empresa
- Sugerir un formato de control de mercancía donde se evidencia la procedencia de los equipos ya sea del inventario o adquirido por un distribuidor.

#### 4. REFERENTES TEORICOS

A continuación, se presenta una revisión conceptual de forma general para la mayor comprensión y análisis del trabajo de prácticas.

##### 4.1. IMPORTACIÓN:

Según el decreto 2586 de 1999 del ministerio de hacienda, se define la importación como el acto de introducir mercancías provenientes de territorio extranjero a territorio aduanero nacional. Como también, las que son introducidas a territorio nacional desde las Zonas Francas de bienes y servicios cuando el proceso de importación se da por finalizado. (p. 5)

##### 4.2. GESTIÓN DE COMPRAS:

Según Heredia (2013) es una de las funciones con mayor importancia dentro del proceso empresarial consiste en *“suministrar de manera ininterrumpida, materiales, bienes y servicios, para incluirlos de manera directa o indirecta a la cadena de producción”* De manera, que el abastecimiento de estos productos se da dentro de unos tiempos, cantidades, precios y en lugares acordados entre el cliente y el proveedor. Con la finalidad de contribuir al crecimiento y mejoramiento productivo de ambas partes. (p.4)

Se entiende que la gestión de compras se desarrolla dependiendo del tamaño de la empresa, la actividad económica a la que se dedica, y su éxito depende del aporte que realiza al proceso de desarrollo organizacional. Esto, reflejado en el ahorro de costos por adquisición de suministros sin afectar la calidad de los mismos y sin aumentar los costos de operación de las áreas administrativas de la organización, una gestión efectiva de

inventarios que impide que se creen cuellos de botella y pérdidas de stock, maximización de la calidad, y una buena gestión de las relaciones inter e intra organizacionales entre los diferentes actores involucrados en el proceso de adquisición de las empresas que se logra mediante la cooperación entre las áreas de la empresa para la consecución del objetivo global sin descuidar los objetivos a conseguir por los diferentes departamentos y la búsqueda permanente de nuevos proveedores. (Heredia 2013, pp 3-4)

#### 4.3. ABASTECIMIENTO (CADENA DE ABASTECIMIENTO):

Díaz, García y Porcell (2008) aseguran que tiene como función proveer, fabricar y despachar, abarcando una serie de procesos que permiten elaborar y entregar bienes y servicios a los clientes. Dichas actividades son:

- Búsqueda y selección de proveedores
- Compras de suministros
- Gestión de inventarios
- Gestión de transporte
- Integración de proveedores, productores y centros de almacenamiento; con el objetivo de producir y distribuir las cantidades adecuadas de un producto, lo que contribuye a la reducción de costos totales del sistema y satisface los diferentes requerimientos que se presentan a lo largo del proceso.

Por último, se sugiere que la función de la cadena de abastecimiento depende de la gestión de logística que ejecuten las organizaciones. (pp. 6-14)

#### 4.4. INVENTARIO DE PRODUCTO TERMINADO:

Son las cantidades de producto que manejan las empresas bajo ciertos estándares con la finalidad de satisfacer la demanda del mercado en un determinado periodo de tiempo. Los modelos de inventario se implementan dependiendo de:

- Tamaño, la actividad de la empresa
- Actividad a la que se dedica
- Demanda de clientes
- Tiempos de entrega
- Periodos de revisión de los productos
- Tiempos de reposición de los productos
- Tiempos de planeación

A su vez, los modelos de inventarios permiten a los directivos llevar un control sobre el comportamiento de los inventarios, los costos incurridos en el mantenimiento de los inventarios y saber cuándo es necesario reabastecerse. (Guerrero, 2017, pp 1-2)

#### 4.5. LOGÍSTICA:

Se define como la actividad dentro de la cadena de suministro que se encarga de planificar, gestionar, y controlar el flujo de productos e información desarrollada desde el inicio de la

operación comercial o industrial hasta el de consumo final, con la intención de satisfacer al máximo la demanda de los consumidores (Escudero, 2013, p.2)

Está estrechamente relacionada a la cadena de abastecimiento y en ella intervienen operadores logísticos e intermediarios que provisionan a las empresas de servicios logísticos integrales tales como:

- Infraestructura y servicios de transporte: traslado de producto dentro y fuera del territorio nacional por vía terrestre, área, marítima. (Ballesteros y Ballesteros, 2004, pp.203-204)
- Facilitación comercial: documentación e inspecciones aduaneras, seguridad a lo largo de la cadena de abastecimiento. (Ballesteros y Ballesteros, 2004, pp.203-204)

El tipo de logística que implementen las organizaciones esté ligado al tamaño y al tipo de actividad a la que se dedican. En las empresas comerciales tiene la función de abastecer y distribuir los productos adquiridos a los consumidores finales. (Escudero, 2013,p.5)

#### 4.6. CLIENTES:

Son un determinado grupo de personas que están dispuestas a pagar determinadas sumas de dinero a cambio de adquirir un bien o un servicio. La RAE define al cliente persona que compra o usa los servicios de una empresa de manera continua.

Al mismo tiempo, los clientes son el objetivo final de las empresas que pretenden mediante estrategias de fidelización crear en el cliente una impresión favorable de la organización, para así, establecer relaciones firmes y permanentes a largo plazo. (Mesén, 2011, p. 30)

#### 4.7. PROVEEDORES:

Son agentes externos (personas o empresas) que suministran bienes o servicios a personas o empresas. En general, los proveedores suministran materias primas, producto terminado y nuevas tecnologías a las empresas. Estos poseen en general recursos e información que por lo general sus clientes no poseen, por lo cual, los proveedores se convierten en parte importante del desarrollo de las organizaciones.

Las empresas buscan al igual que con los clientes, establecer relaciones firmes y permanentes con aquellos proveedores que satisfacen sus demandas y respetan los acuerdos de cantidad, calidad, y tiempos de entrega de materiales y productos. (Yacuzzi, 2012, pp.2-5)

#### 4.8. RIESGO ELÉCTRICO:

Como se cita en Henao (2008) Hace referencia a los sistemas eléctricos de las máquinas y equipos que al ser manipulados por las personas pueden ocasionar lesiones a las personas y daños a las instalaciones. (p. 3)

#### 4.9. TRABAJO EN ALTURAS:

Según la resolución 1409 del 2012 del ministerio del trabajo el trabajo en alturas es aquel que realiza a 1.50 mts del nivel del suelo. Este trabajo es controlado por un coordinador de alturas quien cuenta con requisitos de capacitación, certificación y experiencia para desempeñar dicha labor con los elementos necesarios que garantizan la seguridad del

trabajador. También, este tipo de trabajos debe contar con un plan de prevención de accidente en alturas que es diseñado por el empleador y el coordinador de alturas en el que se definen los procedimientos y curso de acción a seguir para la prevención de accidentes causados por este tipo de trabajo. Estos programas de prevención deben ser transmitidos de manera clara y dinámica a los trabajadores y deber ser puestos en práctica en el momento en que se presenta un accidente, cambian las condiciones de trabajo o los indicadores de gestión así lo definan. (pp 2-9)



## 5. PROPUESTA

La siguiente propuesta a llevarse a cabo se desarrolla en el área de compras y logística, con proyecciones hacia la gestión de negocios interesantes en el área comercial de la empresa, desde el área de compras se ha identificado, que la compañía ha realizado importantes importaciones de equipos especializados contra riesgo eléctrico, trabajo en alturas y herramienta hidráulica, donde los principales exportadores son: UNIOR proveedor de herramienta aislada y RELIABLE EQUIPMENT proveedor de equipos hidráulicos y aislados para trabajos en subestaciones eléctricas, INGEQUIN SAS. Es el distribuidor autorizado de estas dos marcas en Colombia.

En consecuencia la compañía a través del área de compras en los últimos años ha permitido que crezca el stock y que las ventas no se reflejen de igual manera en los mismos, es así que desde el área se propone crear una herramienta completa para conocer las existencias reales del inventario y que a su vez sea un apoyo ventas para que los clientes potenciales puedan tener mas amplitud en los productos que ofrece la empresa, sus referencias e imágenes ilustrativas las cuales permitan a los clientes entrar en contexto con los equipos, debido a que en muchas ocasiones los clientes no conocen del todo los equipos ofertados por su misma razón de ser equipos especializados.

Asimismo, en conjunto con la gerencia comercial se propone crear unas estrategias del marketing mix enfocados en el precio y la promoción, para generar en los clientes un impacto favorable y que sea ajustado a sus necesidades, como lo es crear una estrategia de precio basado en la competencia, donde se puedan ofertar los equipos con un valor más bajo al

ofertado en el mercado por compras de grandes cantidades de equipos, estrategias de mercadeo, promoción y asesorías especializadas que permitan adentrar más al público en lo que a los equipos especializados se refiere; teniendo en cuenta la fuerza que puede tener promocionar equipos certificados con marcas reconocidas a nivel internacional, con poca competencia de estas marcas como lo son UNIOR y RELIABLE EQUIPMENT

De igual manera las nuevas herramientas de la tecnología y la información son esenciales para darse a conocer en los diferentes sectores de la economía, en las cuales se presentan nuevas oportunidades de negocio, es así como se propone impulsar la marca a través de medios digitales y plataformas de venta on-line como lo son Mercado Libre y OLX para ofrecer y pautar de manera más amplia los suministros que ofrece la empresa.

## 6. PLAN DE ACCCIÓN

Para generar el plan de acción de este proyecto se formulan las siguientes estrategias cronológicamente organizadas en función de cumplir los objetivos estipulados, para llegar a este fin se hace necesario contar con el apoyo de la gerencia administrativa y la gerencia comercial y financiera.

De esta manera las actividades son contraladas por parte de la gerencia administrativa, donde se dimensiona y se estipula cada uno de los tiempos y los rendimientos de las actividades, para así modificar los procesos y generar propuestas de motivación para cada una de las personas involucradas en las actividades realizadas.

### 6.1. PLAN DE ACCIÓN

#### Objetivo general

Implementar un plan estratégico en el control de inventarios con tecnologías informáticas de INGEQUIN SAS

Tabla 2 Plan de acción

OBJETIVO	ESTRATEGIA	MÉTODO	TACTICA	INDICADOR
<b>Establecer una herramienta que permita el registro de ingreso y salida de inventario en INGEQUIN SAS.</b>	Mantener actualizado el inventario.	Realizar un inventario físico de los equipos que hay en la bodega, referenciando, precio, cantidades,	Realizar actualización semanal del inventario, donde se evidencie la cantidad y los valores de equipos que han salido.	Número de equipos que salen del inventario semanalmente del inventario físico y la herramienta creada.

		descripciones y referencias.		
<b>Formular una estrategia de comercialización relacionado con las estrategias de precio y promoción para la salida de inventario represado que se encuentra en la empresa</b>	Evaluar hasta que punto la gerencia puede renunciar a la utilidad de los equipos que yacen en bodega estancados	Realizar un Focus group con los gerentes administrativos y comerciales, para identificar el porcentaje del precio que están dispuestos a renunciar, y de qué manera se promoverá la oferta de los equipos de INGEQUIN SAS.	Ofertar a los clientes potenciales de INGEQUIN los equipos con unos precios mas competitivos con respecto al mercado en general	Porcentaje mensual de ventas del inventario represado en Bodega
<b>Sugerir un formato de control de mercancía donde se evidencia la procedencia de los equipos ya sea del inventario o adquirido por un distribuidor.</b>	Implementar un cuadro de registro donde se consignen que equipos han salido del inventario	Realizar una estructura para que el cuerpo de apoyo logístico tenga conocimiento del formato y sea registrado de manera exitosa	Capacitar al personal para llevar la logística adecuada de despachos	Cantidad de formatos diligenciados semanalmente

## 6.2. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Dentro de las actividades a realizar se genera la siguiente tabla de actividades.

Tabla 3 Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																		
#	ACTIVIDADES	MES	ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO			
		SEMANA	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Reunión con gerente administrativa y gerente general reconociendo grandes existencias en stock																	
2	Realizar un inventario físico de los equipos que hay en la bodega, referenciando, precio, cantidades, descripciones y referencias																	
3	Organizar bases de datos de mercancía (teniendo en cuenta precios y categorías)																	
4	Realizar un focus group con los gerentes administrativos y directores comerciales para reconocer estrategias de precio																	
5	Realizar formato para el control de inventarios con datos, imágenes y referencias para ofertar paquetes a clientes potenciales																	
6	Ofertar equipos del stock a través de plataformas de comercio on-line																	
7	Apoyo con el área de comunicaciones para generar reconocimiento On-line atreves de CEO de Google																	
8	Redacción trabajo de grado																	
9	Presentación proyecto y resultados a las respectivas áreas encargadas																	

Fuente: propia

## 7. ACTIVIDADES REALIZADAS.

Dentro del marco de desarrollo de las prácticas profesionales, se ejecutaron actividades, de contratación con nuevos proveedores, además de realizar estudios de mercado donde se evidencie en donde se pueda realizar una compra más eficaz de productos de calidad y con un precio ajustado al común denominador ofertado por el mercado, igualmente generar las ordenes de compra para el proceso de despacho por parte del proveedor y proceder a dar acción a la logística para recoger y despachar los equipos a cliente final. Además de comunicarse con los proveedores en el exterior de herramienta aislada en Europa y Herramienta hidráulica en Estados Unidos, para concretar aspectos relacionados con precios y procesos de exportación.

### 7.1. Tabla de Inventarios

Con referencia a la programación de actividades a realizar, se identifica que al inicio de la practicas profesionales dentro almacén en la cadena de abastecimiento de la compañía hay gran cantidad de equipos y no hay una estimación real de cuantos equipos y que avalúo puede tener el inventario es así como se hace inventario físico, para posterior digitalización en un archivo se presenta la siguiente información

- Categoría
- Elemento
- Referencia del producto
- Inventario inicial

- Valor unitario del producto
- Valor total inventario + IVA
- Valor unitario con descuento comercial
- Total, inventario con descuento comercial
- Porcentaje de descuento acordado posteriormente con dirección financiera y gerencia comercial
- Valor unitario con descuento comercial + IVA
- Valor total inventario con descuento comercial + IVA
- Unidades vendidas, para control de inventario
- Unidades en existencia
- Saldo restante de inventario

*Tabla 4 Cuadro Inventarios*

ITEM	CATEGORIA	ELEMENTO	REF	UND	VLR. UNIT.	SIN DESCUENTO + IVA
1	trabajo en alturas	TIE OFF DIELECTRICO	1002325	55	155.000	10.144.750
1	trabajo en alturas	ESLINGA PARA ARCO	10060139	1	480.000	571.200
1	trabajo en alturas	ESLINGA DE SEGURIDAD	1030,02	1	195.000	232.050
1	trabajo en alturas	ESLINGA CON	1030,07	1	255.000	303.450
1	trabajo en alturas	ESLINGA O CABO	1202P/26	1	90.000	107.100
1	trabajo en alturas	ESLINGA DE	1231016	21	230.000	5.747.700
1	trabajo en alturas	ESLINGA DIELECTRICA	1240068	49	255.000	14.869.050

DESCUENTO COMERCIAL UND	TOTAL INV	10%	VLR. VENTA UNIT.+ IVA	VLR. TOTAL CON DESCUENTO + IVA	UND VENDIDAS
139.500	7.672.500		166.005	9.130.275	0
432.000	432.000		514.080	514.080	
175.500	175.500		208.845	208.845	
229.500	229.500		273.105	273.105	
81.000	81.000		96.390	96.390	
207.000	4.347.000		246.330	5.172.930	
229.500	11.245.500		273.105	13.382.145	

DESCUENTO DE UND VENDIDAS	NUEVO SALDO DE INVENTARIO
55	9.130.275,00
1	514.080,00
1	208.845,00
1	273.105,00
1	96.390,00
21	5.172.930,00
49	13.382.145,00

Fuente: propia

## 7.2. Control de Inventario.

Se realiza una tabla dinámica para de esta manera llevar un control de la salida de mercancías del almacén.

Tabla 5 Cantidades existentes por categoria

concepto	Suma de UND
trabajo en alturas	381
herramienta	160
herramienta aislada	6319
linea viva	647
herramienta hidraulica	249
herramienta antichispa	41
equipos de medicion	32
elementos de proteccion	360
<b>Total general</b>	<b>8189</b>

*fuentes: propia*

Se establecen siete categorías de equipos que pueden ser ofertados por la compañía. De esta manera se pueden establecer diferentes tipos de análisis para la toma de decisiones, como lo son los equipos de mayor rotación y donde se deberían establecer las mayores fuerzas comerciales. Se identifican en existencias 8189 productos en total dentro del inventario retenido, distribuido en las siguientes categorías.

- TRABAJO EN ALTURAS
- HERRAMIENTA (CONVENCIONAL)
- HERRAMIENTA AISLADA
- LINEA VIVA
- HERRAMIENTA HIDRAULICA
- HERRAMIENTA ANTICHISPA



- EQUIPOS DE MEDICIÓN
- ELEMENTOS DE PROTECCIÓN PERSONAL

### 7.3. Saldos e inventarios existentes

Tabla 6 Cuadro comparativo existencias-ventas

concepto	ELEMENTO	Suma de UND	Suma de UND VENDIDAS	Suma de NUEVO SALDO DE INVENTARIO
trabajo en alturas		381	0	\$ 47.570.885
herramienta		160	13	\$ 34.142.496
herramienta aislada		6319	7	\$ 449.597.553
línea viva		647	1	\$ 402.923.427
herramienta hidráulica		249		\$ 542.145.662
herramienta antichispa		41		\$ 39.314.911
equipos de medición		32		\$ 44.584.980
elementos de protección		360	14	\$ 45.881.320
<b>Total general</b>		<b>8189</b>	<b>35</b>	<b>\$ 1.606.161.234</b>

*fuentes: propia*

Se implementa una tabla dinámica donde se evidencia el contraste del inventario inicial con respecto al inventario que ha salido de almacén y muestra el nuevo saldo de los equipos que aún siguen en existencia, adicional, es posible realizar un filtro donde se pueda identificar los equipos que se poseen, en caso de que el área comercial lo requiera al área logística y de compras en el caso de requerir un equipo.

#### 7.4. Salida de mercancía

*Tabla 7 Salida de Mercancia*

SALIDA DE INVENTARIO INGEQUIN SAS						
FECHA	CLIENTE	ASESOR	REF.	CANTIDAD	DESCRIPCION DEL ARTICULO	MARCA
20/06/2018	FUSAND SAS	JG	21855	5	JUEGO DE LLAVES ALLEN 10PZ	PRETUL
20/06/2018	FUSAND SAS	JG	4001	2	PISTOLA PARA PINTAR ALTA VASO 1000ML	WUFU
20/06/2018	FUSAND SAS	JG	CMPH	2	CAJA METALICA PORTA HERRAMIENTA	
20/06/2018	FUSAND SAS	JG	86-218	5	JUEGO COPAS CUADRANTE 3/8	STANLEY
20/06/2018	FUSAND SAS	JG	76761	1	LLAVE TUBO 14"	EGAMASTER
20/06/2018	FUSAND SAS	JG	7112	1	DESTORNILLADOR DE ESTRIAS No 8 PH-2	FORCE
20/06/2018	FUSAND SAS	JG	LT-052CE	6	GAFA LENTE ESPEJO	LINKTECH
20/06/2018	FUSAND SAS	JG	SPG52-6D	8	GAFA LENTE ESPEJO	DEWALT
22/06/2018	FUSAND SAS	JG	CMPH	-2	CAJA METALICA PORTA HERRAMIENTA	
		JG	619132	1		
NO HAY REGISTRO DE ESTE		JG	619133	1		
DESCARGO		JG	619134	1		
		JG	619135	1		
07/06/2018	VOLTA SAS	AB	EREC-08	1	PERTIGA ESCOPETA	UTILITY
07/06/2018	VOLTA SAS	AB	605010	2	ALICATE UNIVERSAL AISLADO	UNIOR
07/06/2018	VOLTA SAS	AB		1	MANILA DE 1/2	NACIONAL

Fuente: propia

En explicación al cuadro anterior; se genera una tabla de salida de mercancías donde se evidencie la fecha, el cliente, el asesor que vendió, la referencia, las cantidades, la descripción y la marca del equipo que salió del inventario, de esta manera es posible realizar un análisis más crítico de los equipos que son de mayor rotación y en donde se pueden centrar las fuerzas para el desarrollo comercial de la compañía

## 8. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS CRÍTICO DE RESULTADOS

De antemano es importante resaltar que haber realizado mi proceso de practicas en el grupo ENERGY & Co ha sido una de las experiencias de mayor crecimiento, tanto profesional como personalmente, pues un trabajo con este perfil, permite que como profesionales en negocios internacionales nos forjemos un carácter mas acorde a lo que en realidad es el mundo de los negocios, las relaciones interpersonales y el conocimiento del mercado en el cual se labora. Del mismo modo nos permite conocer como organizacionalmente esta conformada una empresa y lo real que pueden o no ser las jerarquías dentro de la organización.

Por otro lado, el trabajar en el área de compras de una compañía ha permitido que se amplié el espectro de lo que realmente son los negocios, conocer cual es la postura cuando se es el cliente, y al mismo tiempo cuando se es el proveedor, pues en las dos situaciones se presentan diferentes posturas y caracteres que se establecen al poner en marcha una negociación por más pequeña o grande que sea la cuantía de esta, según el tipo de persona y las relaciones comerciales que se tengan entre las partes, poder asistir a negociaciones y visitas de carácter comercial, conocer mas de cerca el mundo de las PYME permite entender mucho mas el mercado al cual como futuros profesionales nos enfrentamos.

Es importante dar lugar que las practicas profesionales terminaron en buen término, cumpliendo con las funciones asignadas por el jefe inmediato y por el perfil del cargo dentro del área de compras de la compañía, asimismo con la realización de las actividades de mejora que permiten que este proyecto se pueda hacer realidad, donde se consigna mejoras dentro

de la red abastecimiento, para el control de ingreso y salida de inventarios de la compañía, teniendo en cuenta que son productos especializados, los cuales muchos de ellos son de baja rotación, es así como elaborando una herramienta como la presentada anteriormente, es posible mostrar al grupo tanto de compras como el comercial, las existencias que hay dentro de la bodega, para su venta y posterior despacho, que en parte fue una de las funciones desempeñadas dentro del área para la logística que se requiera en la compra y venta de este tipo de suministros como lo son los equipos de riesgo eléctrico, trabajo en alturas y herramienta aislada.

De igual forma la experiencia de practicas profesionales ha permitido entender que aún falta mucho por aprender y crecer, que aún siendo profesionales no somos del todo autosuficientes, que es necesario estar interrelacionado con otras áreas del conocimiento, con diferentes personalidades, es así como es pertinente aceptar falencias dentro del proceso como por ejemplo la comunicación mas asertiva dentro del grupo de trabajo y la confianza son importantes para el mejoramiento continuo de un profesional integro.

A modo de conclusión el poder realizar esta practicas profesionales en al área de compras ha permitido forjar nuevos conocimientos, nuevas experiencias que enriquecen la experiencia profesional y el ámbito en el cual el perfil de profesional en negocios internacionales es ejecutado realza la importancia del profesional, el trabajar en una PYME como ENERGY & Co – INGEQUIN ha permitido que el desarrollo como profesional haya sido de gran satisfacción, aunque siempre se presentan inconvenientes y hechos inesperados, como profesional ha permitido que se aprenda a trabajar bajo presión y aún salir en éxito en experiencias poco comunes.

Además de aplicar instrumentos y metodologías de investigación tomadas en las aulas y aplicándolas en un entorno laboral, es gratificante y el focus group realizado como instrumento para este proyecto dio como resultados: la compañía considerada que el factor a destacar para que los clientes se vean mas motivados a la compra de los equipos en la organización es el precio, de esta manera se llega a concluir, que para poder vender más, hay que realizarle un 10% de descuento al valor neto de los inventarios, trayendo consigo el interés de mas clientes para con la organización.

Por último y a modo de recomendación es necesario regular más los procesos de compra y venta, llevando a cabo el conducto regular para la adquisición y despacho de mercancía para que no se incurra en comprar nuevos productos cuando en existencias ya hay equipos de la misma referencia y disponibles para despacho, identificar los equipos de mayor rotación y prever las situaciones del mercado y su comportamiento, además de promover la capacitación del personal teniendo en cuenta que los servicios y suministros que son ofertados son especializados, para que de esta manera la prestación del servicio al cliente sea más efectivo, para hacer que el cliente se encuentre en un estado satisfactorio tanto del servicio como de los equipos que adquiera y por último se recomienda realizar retroalimentaciones más frecuentes para contemplar aspectos a mejorar y generar motivación en el colaborador de la compañía.

## 9 BIBLIOGRAFIA

- Ballesteros, D.P., Ballesteros, P.P. (mayo 2004). La logística competitiva y la administración de la cadena de suministros. *Scientia Et Technica* . pp 201-206.
- *DECRETO 2685 DE 1999. Diario Oficial No. 43.834 Republica de Colombia, Bogotá, Colombia 28 de Diciembre 1999.*
- Diaz, H.B., García, R.G., y Porcell, N. (2008). Las Pymes: Costos en la Cadena de Abastecimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios (EAN)*, volumen 63, pp 5-22.
- Escudero, M.J. (2013). *Gestión Logística y Comercial*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo S.A.
- García, F. y otros. (2010). *Gestión Comercial de la Pyme*. Madrid, España: Ideas propias Editorial S.L.
- Guerrero, H. (2017). *Inventarios manejo y control*. Del. Tlalplan, México: Ecoe Ediciones.
- Henao, F. (2008). *Riesgos eléctricos y mecánicos*. Del. Tlalplan, México: Ecoe Ediciones.
- Heredia, N.L. (2013). *Gerencia de Compras: La nueva estrategia competitiva*. Del. Tlalplan, México: Ecoe Ediciones.

- Mesèn, V. (2011). Fidelización de Clientes: Concepto y perspectiva contable. *Portal de revistas Tecnológico de Costa Rica*, pp 29-35.
- Real Academia Española. (2017). Cliente. En *Diccionario de la lengua española* (Edición del Tricentenario). Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=9SnxU0N>
- Resolución 1409. Diario oficial No. 48517. República de Colombia, Bogotá, Colombia 23 de julio 2012.
- Yacuzzi, E. (2012). Conceptos Fundamentales del desarrollo de proveedores, Serie Documentos de Trabajo, No. 486, Universidad del Centro de Estudios Macroeconómicos de Argentina (UCEMA). Buenos Aires, Argentina.

## 10 ANEXOS

### 10.1. RESULTADOS DEL FOCUS GROUP

Este focus group se realizó dentro de las instalaciones de ENERGY & Co SAS – INGEQUIN SAS el día 8 de mayo de 2018.

PERSONA ENTREVISTADA	CARGO EN ENERGY & Co SAS – INGEQUIN SAS
JOHN MARIO GARCIA	GERENTE GENERAL
GIMENA MARITZA QUINTERO	GERENTE ADMINISTRATIVA
RAUL PEREZ	DIRECTOR FINANCIERO
GERMAN ALBARRACIN	DIRECTOR COMERCIAL

**¿Qué es lo que mas motiva a los clientes en su concepto a comprar productos de seguridad industrial, riesgo eléctrico y trabajo en alturas?**

Las cuatro personas afirman que es por reglamentación de seguridad industrial y que por lo general el departamento HSEQ exigían a los operarios como es el caso de trabajo en alturas que si se encontraban trabajando a una altura superior de un metro y medio debía llevar su equipamiento para trabajo en alturas y de la misma manera con el riesgo eléctrico.

**¿Cuál estrategia es la mas adecuada para llegar a un nicho más apropiado?**

De las cuatro personas dos aseguraron que la mejor manera para que los clientes adquirieran los equipos era con precios mas económicos debido a la situación del mercado, donde la competencia desleal es muy marcada y la competencia llegaba a ofrecer los mismos equipos de la misma calidad a un precio mucho mas económico, mientras que los otros dos afirman



que hay que llegar con una postura comercial mucho mas marcada, donde el cuerpo comercial pueda lograr ofertar los equipos al mismo precio que ya estaba establecido.

**¿En qué porcentaje está dispuesta la compañía a renunciar en utilidades, para ofertar los equipos dentro del stock?**

Tres de las partes están aceptando el hacerle un 10% de descuento a todo el inventario para generar mas opciones de negocio y mayor flujo de dinero al corto plazo con la venta del suministro, mientras que una persona, no cree que la solución para ofertar los equipos sea disminuirle en tal porcentaje los valores de los equipos.